PROYECTO

DE

PROPAGANDA COLECTIVA

Para hacer Universal
el consumo del

CAFÉ

(Edicion Oficial)

PROYECTO

DE

PROPAGANDA COLECTIVA

Para hacer Universal
el consumo del

CAFÉ

(Edicion Oficial)

SAN SALVADOR

IMPRENTA NACIONAL, 10ª AVENIDA SUR Nº 84

547954

Proyecto de Propaganda Colectiva

para hacer Universal el Consumo del Cafe

Coincidencia notable

EL 31 de julio último, nuestro Ministro de Fomento, dirigió al de Relaciones Exteriores, una nota, en que tomando la iniciativa, con gran acopio de razonamientos científicos bajo diversos aspectos, propone á los Gobiernos de las Repúblicas Centro Americanas productoras de café, formar una asociación que tenga por objeto hacer conocer el artículo en los países donde se le desconoce ó se le conoce imperfectamente, y propagar su consumo, y enseñar con paciente labor á confeccionar la bebida, tal como debe ser, y todo lo demás que conduzca á este fin.

La nota en referencia, que ya se publicó en el "Diario del Salvador", se dirigió por telégrafo y después por correo, á los Gobiernos de Guatemala, Nicaragua, Honduras y Costa Rica: manifestando todos menos el último también por telégrafo, que están de acuerdo con el pensamiento, y no es dudoso que Costa Rica, dé una respuesta en igual sentido.

Así las cosas, acaba de ocurrir una feliz coincidencia, que ha venido á robustecer el proyecto desarrollando la idea y dándole forma factible, haciendo un minucioso estudio estadístico y facilitando de esta manera, el trabajo de la Junta que se encargue de llevarlo á la práctica.

La coincidencia aludida consiste, en que al mismo tiempo en que el Ministerio de Fomento procuraba aquí darle expresión al complicado pensamiento, para alejarlo del calificativo de utópico y presentarlo en forma de fácil realización, nuestro Cónsul General en Londres se ocupaba con laudable empeño de la misma materia, y bajo el mismo procedimiento y mecanismo, amplificando los medios con mejores datos de los que podemos disponer, para llevar á cabo y convertir en hecho el mencionado propósito.

El lector juzgará si es de gran utilidad para levantar de la postración en que yace nuestro principal elemento de vida, el estudio que se nos ha remitido el 22 del pasado, como se verá por la nota que le precede, para formar un todo homogéneo con el propuesto por el Ministerio de Fomento el 31 del mismo.

Consulado General
de la República del Salvador.

7 & 8 Jdol Lane
Londres 22 de Julio de 1899.

Señor Ministro:

Abrigando vivo anhelo de contribuir en cualquier grado y en cualquier terreno, á cuanto pudiera ser útil al Salvador; y penetrado de la importancia que para la República encierra cuanto pueda relacionarse con su industria principal, el café, he invitado á un notable escritor que se ocupa activamente en estos momentos del estudio de tan interesante materia, para que consigne sus ideas en un escrito que yo pueda tener el gusto de enviar á Ud. Ha cumplido con mis deseos, remitiéndome hoy el escrito que acompaño, y cuya publicidad por la prensa Salvadoreña, creo pueda ser muy útil, así para combatir los medios empíricos que suelen proponerse á veces con más sinceridad que meditación, como para establecer con claridad el verdadero remedio, en mi humilde opinión, para el mal que aqueja á la industria cafetera en Centro-América y en todas partes. Algunos de los datos estadísticos que apunta mi corresponsal creo que llamarán la atención de Ud., como han llamado la mía; me refiero más particularmente á las cifras del consumo, en onzas, por cabeza de población, en los principales países de Europa y en Norte América. El atento estudio de esas cifras no puede por menos que dejar en todo espíritu desapasionado la convicción de que el mal no tiene otro remedio práctico, y de resultados permanentes, sino el de procurar la acción unida de los países cafeteros, dirigiéndose esa acción unida preferentemente en el sentido de procurar el ensanche del consumo del café, en aquellos países Europeos en don-

de cabe, y en donde puede dar resultados prácticos la propaganda bien entendida, y dirigida con acierto.

Parece que no se ha menester de grandes luces para alcanzar estás conclusiones, pero así sucede siempre con la verdad. Colón, al descabezar el huevo para pararlo, administró una lección de muy delicada ironía á los engreidos que le rodeaban; y así sucede siempre que la verdad resalta, no por complicada, sino por sencilla y de facilísima comprensión para todos.

No omitiré de mantener á Ud., al corriente de lo que se piense, se diga y se escriba por acá en orden á materia de tan peculiar importancia para el Salvador, y mientras tanto tengo el honor de repetirme, Señor Ministro, su obsecuente Seguro Servidor,

M. J. KELLY.

Señor Ministro de Relaciones Exteriores.

San Salvador.

He aqui el importante estudio en referencia:

LONDRES, 20 DE JULIO DE 1899.

HACE ya bastantes años que empezó á bajar el precio del café en los grandes mercados consumidores de América y de Europa. Cuando esta baja se inició se creyó generalmente que el fenómeno era tan sólo transitorio; que era una simple fluctuación como las que se presentan respecto de todos los artículos de comercio. Sin embargo, andando el tiempo las cosas lejos de mejorar, ó siquiera de llegar á un punto definitivo que marcara el límite extremo del descenso posible, han ido empeorando. Los prospectos tampoco se anuncian halagüeñamente, y de aquí el que sea muy mala la situación de aquellos mercados productores, cuya prosperidad estaba vinculada casi por completo al grano en cuestión.

Las ganancias que el café rindió á los países productores durante la época de auge, fueron pingües; ellas engendraron hábitos de despilfarro y de poca economía, que hoy pesan dolorosamente sobre los Gobiernos y los pueblos ya citados.

La baja del café ha influido directamente en todo sentido en la vida social, política é industrial de los países latinos de América, en donde el grano fue por mucho tiempo la industria principal y en donde los más grandes capitales todavía se hallan invertidos en fincas de café.

El trópico Americano—todo latino en materia de población—está confrontado con la rivalidad del trópico asiático y africano. Los productos agrícolas de la región Oriental ú Occidental, son casi idénticos, la feracidad del suelo, es poco más ó menos lo mismo

en ambos hemisferios, en tanto que las condiciones para el desarrollo industrial, son mucho más favorables aliá en el Oriente. En esta parte del globo hay vastas poblaciones que suministran trabajo abundante y barato, y toda industria se desarrolla bajo gobiernos estables. Todo esto permite la mayor posible estabilidad en los cálculos, que á su vez facilitan la ejecución de operaciones encaminadas al buen éxito. No puede decirse otro tanto de las condiciones políticas, sociales, ó industriales del trópico Americano. A las dificultades y tropiezos de toda empresa humana se añaden los temores de la inseguridad, más nocivos ellos quizá que la inseguridad misma, y todo el séquito de inconvenientes inevitables en ese estado de cosas. Añádase á esto el que el trabajo no es ni tan abundante ni tan barato como en Oriente.

A pesar de esas condiciones, que saltan á la vista y sobre las cuales no hay para que insistir, la parte mayor del café consumido en el mundo, se produce en la América Latina, y como en su producción se han invertido sumas cuantiosas, que desaparecerían por completo si el grano llegara á ponerse á un precio que dejara pérdida, es de la mayor importancia el estudio de la situación del grano, y el tratar de ver el modo de obtener más ventajosos precios que los presentes y el de contener la baja cuya acentuación implicaría ruina absoluta.

Según los últimos datos estadísticos de que se puede disponer para los años trascurridos, y según los cáluculos aproximativos para el año de 1900, puede formarse el siguiente cuadro:

PRODUCCION DE CAFE EN EL MUNDO ENTERO

	1900	1899	1898	1897	1896	1895
Centro América, Colombia, Venezuela y Antillas	3.250,000	3.120,000	3.552,000	3.282,400	3.034,000	3.107,900
	1899–1900	1898–99	1897–98	1896–97	1895–96	1894–95
Brasil; Río	$3\frac{3}{11}$ á 4 mil	3.250,000	4.530,000	3.411,000	2.321,200	2.646,300
Santos	$5\frac{3}{4}$ á 6_{11} ,,	5.500,000	6.050,000	4.960,000	3.134,000	3,919,600
Victoria	450,000	350,000	450,000	308,000	303,000	252 000
Bahía	400,000	350,000	302,000	323,000	211,000	289,500
Ceylán, India, Africa, etc.	600,000	490,000	469,400	553,200	620,800	551,500
Java y Padang	1.368,000	549,000	2.391,500	2.213,000	2.105,500	2.517,400
Total General ... Sacos	15.285,000	13.365,000	16.178,000	13.605,000	10.355,000	11.636,000

Para formar una idea de la distribución, consumo, existencias, véase el siguiente cuadro:

IMPORTACIONES, ENTREGAS Y EXISTENCIAS

OCHO PRINCIPALES MERCADOS DE EUROPA	1898	1897	1896	1895	1894	1893
Importación...... Sacos	9.426,800	9.181,900	7.374,300	7.340,000	6.494,000	6.932,900
Consumo...	8.502,900	7.968,100	7.405,700	6.805,400	6.647,800	6.837,700
Existencia al 31 Diciembre...	3 816,500	2.892,000	1.678,700	1.710,200	1.175,600	1.329,400
SEIS PRINCIPALES MERCADOS DE LOS ESTADOS UNIDOS						
Importación...	5.822,900	5.817,900	4.585,900	4.588,900	4.465,100	4.055,000
Consumo...	5.822,900	5.408,900	4.554,000	4.435,000	4.400,000	4.218,000
Existencia al 31 Diciembre...	918,000	918,000	508,000	475,000	324,000	256,000
Total General. — Europa y Estados Unidos:—Importación...	15.249,700	14.999,800	11.960,200	11.928,900	10.959,100	10.987,900
Consumo...	14.325,800	13.377,900	11.959,700	11.240,400	10.047,800	11.055,700
Existencia al 31 Diciembre...	4.734,500	3.810,600	2.186,700	2.185,200	1.496,600	1.585,400

Los datos que anteceden se complementan con los siguientes respecto del consumo de café por cabeza de población en cada uno de los distintos países:

HOLANDA	370	onzas por cabeza	al año
DINAMARCA	247	id.	id.
BÉLGICA	176	,,	,,
ESTADOS UNIDOS	155	,,	,,
SUISA	112	,,	,,
ALEMANIA	78	,,	,,
FRANCIA	53	,,	,,
AUSTRIA-UNGRÍA	32	,,	,,
ITALIA	17	,,	,,
INGLATERRA	11	,,	,,
ESPAÑA	9	,,	,,
RUSIA	3	,,	,,

Los datos que anteceden revelan la desigualdad del consumo del grano en los distintos países, de cuya revelación se desprende la idea de la posibilidad de consumo á que pudiera llegarse,

El consumo de café en países tan populosos como Francia, Inglaterra é Italia, es en extremo exiguo. En cuanto al consumo de Rusia es casi nulo y sorprende también lo bajo del consumo en España.

Recientemente han sido lanzadas al público, en distintos países de la América Latina, ideas sobre el modo como debiera buscarse un remedio al mal que aqueja á la industria cafetalera.

No hace muchos meses un escritor venezolano preconizaba la idea de que los distintos países productores de América celebraran un Pacto Internacional en virtud del cual cada país se obligara á restringir sus exportaciones de acuerdo con una proporción que debiera de fijarse.

Llevado á la práctica este método—decía el autor de la indicación—se obtendrá la disminución en

la cantidad de café enviado á los mercados consumidores, de donde forzosamente resultaría la alza en el precio.

Parece inútil discutir este plan, pues salta á la vista que no sería fácil el obtener que los Gobiernos celebraran un pacto de tal naturaleza, el cual sin duda sería atentatorio á la libertad de industria, y aun dado caso que lo celebraran no es de presumirse que fuera posible en la práctica el realizarlo aunque los Gobiernos se propusieran hacerlo de buena fe y quedaría siempre el factor enorme de los productores de países que no entraran en la combinación, pues no es es de suponerse que los Gobiernos europeos, dueños de vastas colonias productoras de café se adhirieran á un plan de muy dudosas ventajas para ellos. La idea en cuestión no pasó adelante y no hay noticias de que se hiciera tentativa alguna ni aún en muy pequeña escala, de buscar su realización.

Se ha sugerido también la idea de obtener de los Gobiernos europeos una rebaja en los derechos de aduana que imponen sobre el café. Los que esto piden, sin duda consideran que el obstáculo principal que encuentra el café para la extensión de su consumo, es el de los derechos de aduana. Sin duda que estos derechos—que en algunos países son muy subidos—encareciendo el artículo limitan en parte su consumo, pero tampoco sería ésta la verdadera solución del mal, y mucho menos lo sería sin una acción unida y colectiva por parte de todos los productores de café, lo cual sería difícil obtener. Los Gobiernos que tienen impuesto sobre el café cuentan con ese impuesto y con los otros muchos de análoga naturaleza que forman su presupuesto de rentas, como con una base indispensable de sus entradas, y mal podrían hacer concesiones que no les traerían las ventajas correspondientes.

Además, los artículos rivales del café, son el te, el chocolate y el cacao, preparado este en la forma denominada *cocoa*, conocidísima en Inglaterra. Todos

estos artículos pagan impuestos, tan fuertes como los del café, y en algunos casos, superiores, y si se efectuaran reducciones en favor del café, los productores de ellos pedirían que lo propio se hiciera respecto de su artículo.

El verdadero remedio para el mal, no se hallará, pues, por la vía artificial de medidas oficiales que pudieran producir un alivio pasajero, pero que en ningún caso darían una base estable de mejora.

Respecto del café deben ponerse en práctica los métodos acostumbrados por los fabricantes de artículos que alcanzan gran popularidad en el público.

Lo que se debe hacer es tratar de aumentar el consumo del café y como puede verse por las cifras mencionadas arriba, el campo es amplio y puede decirse que es de fácil explotación. Con elevar el consumo de Inglaterra, de Italia, de España y de Austria al nivel del consumo de Alemania, que en sí mismo es muy pequeño, si se le compara con el de Suiza ó con el de Holanda—que es el mayor de todos—no solamente se restablecería el equilibrio sino que se obtendrían ganancias aún mayores que en los buenos tiempos.

Ciertamente que la realización de esta labor es muy difícil, y que sería poco menos que imposible el obtener tan benéficos resultados como los que quedan apuntados. Pero lo que sí es evidente es que la posibilidad de ensanchar el consumo de café existe, y que en el ensanche de ese consumo—y solamente en él—está la única esperanza de mejora para los productores de café.

Las personas familiarizadas con la vida industrial europea y norteamericana y que hayan seguido de cerca algunas de sus manifestaciones en los últimos años, pueden recordar cómo varios artículos presentados al público como novedad han alcanzado enorme consumo á la vuelta de pocos años, merced á un trabajo de propaganda sistemático y bien drigido. Vaya un ejemplo:

Hace cosa de veinticinco años el banano era artículo de lujo en los Estados Unidos de América. Se le comenzó á introducir en cantidad pequeña y no encontraba más compradores que los ricos, únicos que podían pagarlo. Alguna casa emprendedora que comprendió las condiciones alimenticias del fruto y la baratura de su producción, acometió la empresa de popularizarlo. Por medio de avisos y de la distribución de hojas sueltas y folletos en que se explicaban las ventajas del fruto en cuestión, labor toda ésta ejecutada sistemática y cuidadosamente, logró hacer conocer el artículo en determinadas secciones; estas mismas secciones fueron, naturalmente, escogidas con habilidad y con tino. Al cabo de poco tiempo la demanda empezó á hacerse sentir, y hoy el consumo de bananos en los Estados Unidos, vale muchas decenas de millones de dollars al año.

En varias de las Antillas y en muchos lugares de Costa-Firme, de la costa del golfo de Méjico, de Costa Rica, Panamá, etc., se cultiva el banano en inmensas cantidades, y hay varias líneas de vapores que tienen el trasporte de ese artículo como exclusivo objeto. El banano se vende hoy á precio ínfimo en los Estados Unidos y se le encuentra en toda la República Americana y aún en el Canadá, en los puntos más remotos de la Costa. Por otra parte, los precios obtenidos han dejado y dejan pingües ganancias á los productores.

Véase lo sucedido con otro artículo en Inglaterra:

El artículo llamado *Cocoa*, que en la América-Latina se diría ser chocolate mal preparado, comenzó á ser introducido en Inglaterra hace muchos años, y su consumo era limitado.

Hace cosa de cinco ó seis años una casa fuerte acometió la propaganda en favor de una marca especial de dicha preparación. El resultado ha sido tal que en los dos últimos años en su discurso anual el Canciller del Tesoro en Inglaterra, es decir, el Ministro de Hacienda, ha declarado que el aumento de las

Rentas Nacionales le ha debido un aumento digno de ser mencionado al aumento de importación del cacao para manufacturar el *Cocoa.* Pudieran multiplicarse los ejemplos indefidamente.

En cuanto al café sucede que su consumo, en Inglaterra especialmente, no ha pasado de una capa muy superficial de la sociedad, que fuera de los centros populosos casi no se conoce el grano sino de nombre, y que á pesar de que en Londres son comprados y consumidos los mejores cafés que se producen, en lo general es muy difícil conseguir el líquido bien preparado, pues la rutina en la preparación del té, induce á los ingleses á hervir el café sin misericordia, de donde resulta que extraído el tanino y demás aceites amargos del grano, se obtiene un líquido detestable.

La labor, pues, que debe ejecutarse y de la cual parece que ya se ha tratado algo en la prensa, es la de hacer en favor del grano una propaganda análoga á la que queda mencionada arriba respecto de los bananos y de la *Cocoa.*

Sobre este particular es de interés mencionar el plan de una Liga Internaciona de café, que hasta ahora no ha obtenido mayor curso, pero que apoyada por los Gobiernos respectivos daría, sin duda, un buen resultado.

Ese plan, ú otro análogo que realizara los mismos fines no podría menos de producir enormes ventajas, y como se ve consulta la equitativa distribución de gastos y de esfuerzos. El resultado que se obtuviera beneficiaría proporcionalmente á todos los productores de café.

Ciertamente que como ha sido publicado no hace mucho en "El Diario del Salvador", lo que más convendría á cada país productor sería el obtener que en favor de su propia producción, hicieran los mercados consumidores una excepción, en virtud de la cual, aún cuando los demás productores de café quedaran

como están ó peor de lo que están, el país beneficiado entrara en una nueva vía de prosperidad.

Pero estos métodos de "sálvese el que pueda" no pueden tener cabida en la economía política-internacional.

A más de entrañar el absurdo en sí mismo porque sería imposible su aceptación, aún dado caso que ella se obtuviera, el absurdo que entrañan haría frustránea toda combinación.

Siendo los intereses idénticos y el mal uno mismo, no hay esperanza de salvación, sino por medio de un esfuerzo unido, basado en la equidad. Véanse en seguida las bases mencionadas para la propuesta "Liga Internacional de Café":

International Coffee League

(Liga Cafetera Internacional)

1.—La baja en el precio del Café durante estós últimos años ha afectado de una manera muy sería á los países productores de ese grano. La continuación ó empeoramiento de la situación actual traerá sin duda males incalculables para todos aquellos países en donde el Café representa una parte importantísima de la riqueza Nacional y en los cuales la crisis industrial se acentúa todos los días por causa de la depreciación del grano.

2.—En cuanto al futuro si bien es cierto que por una parte el consumo total va en constante aumento, por otra también aumenta la producción y esto en proporción mayor. La esperanza que muchos abrigan de

que por razón de los bajos precios el número de cafetales abandonadas sea tal, que disminuida así la producción, quede restablecido el equilibrio volviendo á subir los precios no puede admitirse como remedio al mal, puesto que élla entraña la pérdida de una gran riqueza. El remedio debe buscarse en el aumento del consumo hasta lograr que la mayor demanda restablezca precios ventajosos.

3.—Es preciso, pues, en primer lugar averiguar si las posibilidades de aumento de consumo son tales que justifiquen la creencia de que por el medio indicado puedan obtenerse los resultados que se buscan.

4.—Al estudiar este punto se advierte muy al principio que aún en los países que hoy compran grandes cantidades de cafe es posible obtener un radio de consumo mucho mayor que el actual, y que hay muchos otros en donde el consumo es tan pequeño que sorprenden las cifras que lo representan. Hay otros países, como Rusia por ejemplo, en donde ese consumo es verdaderamente insignificante.

5.—Puede darse por sentado, sin riesgo de incurrir en error que si respecto del café se establece en una región dada una propaganda sistemática y bien dirigida, el resultado de élla será el de aumentar ó crear el consumo, debiendo también tenerse en cuenta que una vez establecido éste, la demanda se sostiene, pues quienes se acostumbran á tomar café no lo cambian por otra bebida, siendo las condiciones higiénicas y de gusto del líquido de tal naturaleza que éllas mismas constituyen una base inquebrantable de su popularidad. En una palabra puede decirse que lo único que se necesita para crear la demanda, es hacer gustar y conocer el artículo en todas direcciones.

6.—El método indicado no tiene nada de nuevo puesto que constantemente lo emplean con éxito los fabricantes de muchos artículos de consumo en distintos países. Pudieran citarse numerosos ejemplos

de marcas especiales de té, de chocolate, de lo que los ingleses llaman *Cocoa* etc. que han obtenido gran popularidad merced á una propaganda bien dirigida.

7.—Conocida la eficacia del método, importa saber si sería posible aplicarlo en una escala suficientemente vasta para obtener un resultado de magnitud bastante para mejorar la situación del café en el mercado universal. Tratándose de intereses tan cuantiosos y de centros de producción y de consumo tan numerosos y tan distantes los unos de los otros, á primera vista parece que por eficaz que fuera el esfuerzo, el hablar *modus operandi* para realizarlo, práctico y viable, sería imposible. Por otra parte sucede que la solidaridad de intereses de todos los productores es tan clara y definida que ella puede servir para vencer los inconvenientes que de otro modo serían insuperables.

8.—En todos los países cafeteros de América, á saber: México, las Repúblicas de Centro-América, Colombia, Venezuela, el Brasil, Puerto Rico y Haity, hallará entusiasta acogida y eficaz apoyo toda medida que presente probabilidades de mejorar el precio del café. En muchos de ellos ya se han preocupado las gentes de hallar algún medio que resuelva lo que en esas regiones es un problema de importancia vital. Y lo que se dice del público, puede asegurarse también de los Gobiernss, los cuales están en mejor posición que nadie para apreciar lo grave de la dolencia que amenaza á una industria tan valiosa, cuyo trastorno y deterioro afectan á toda la sociedad.

9.—Las anteriores someras consideraciones, que pueden ser reforzadas y aclaradas con toda la elocuencia de la estadística hacen posible la constitución ó formación de una Liga Cafetera Internacional que se encarge de ser el Agente de propaganda de la creación y ensanche del consumo de café en los países no productores del grano.

10.—A grandes rasgos y á reserva de modificar y adicionar el plan como mejor conviniere se sugieren las bases generales siguientes para la formación de la Liga Cafetera Internacional:

(a.) En todos los grandes mercados de café de Inglaterra y del Continente se organizarán combinaciones que pueden llamarse sucursales de la Liga y que deben estar formadas por las casas ó entidades importantes del grano;

(b.) Todas estas ramificaciones por medio de un representante formarán la Junta Directiva dela Liga la cual puede reunirse en la época y lugar que mejor convinieren para determinar la manera de proceder;

(c.) El objetivo debe ser el de introducir el café en los varios países á las regiones de éllos en donde el consumo fuere menor y el ponerlo al alcance de las clases sociales que no conocen el grano. Ocurre indicar de paso que esto puede lograrse estableciendo instalaciones para tostar el café en las mejores condiciones posibles y enseñando su preparación por medio de agentes locales, distribuyendo además avisos en la forma de hojas ó folletos entre los posibles consumidores. Facilitará el éxito en gran manera la distribución de pequeañs cantidades de café tostado y molido en paquetes de octavos y cuartos de libra, que puede hacerse, en casi todos los países á costo ínfimo por medio del correo

11.—En algunos países como Rusia, según queda dicho, el consumo está casi por crear. En otros, como en Austria, Italia, España, es tan pequeño que hay campo para enorme ensanche. Esto mismo puede decirse de la Gran Bretaña, y en Francia y en Alemania mismo hay mucho que hacer.

12.—Como el establecimiento de este sistema de acción requiere un fuerte capital, es preciso buscarlo entre los que derivarán el beneficio directo, y estos son los productores. El método que se sugiere para

obtener el capital es el de que los Gobiernos de los países productores cobren un pequeño impuesto sobre cada saco de cafe destinándolo exclusivamente á la propaganda indicada. Bastaría que este impuesto durara unos pocos años, cinco á lo sumo, y su monto no habría de ser de más de diez centavos, oro, ó cinco peniques de chelin por cada cincuenta Kilógramos de Café. De esta manera el gravámen impuesto al productor sería insignificante y la suma obtenida alcanzaría ampliamente para el objeto deseado.

13.—La Liga Cafetera Internacional se encargaría de entenderse con los Gobiernos, quienes deberían nombrar representantes que formaran parte de élla y vigilaran los intereses de sus respectivos países. Esa misma Liga haría la distribución de los fondos para la propaganda en donde ésta debiera hacerse y por medio de sus ramificaciones se encargaría del trabajo.

14.—Es evidente que la respetabilidad de la Liga, constituida de la manera indicada sería tal que nadie podría sospechar de élla, que distribuida la contribución de fondos en la forma descrita, cada productor y cada país traería un aporte proporcional á su capacidad. El aprovechamiento de los resultados, por la naturaleza misma de las cosas, si se adopta la idea propuesta, será ineludiblemente equitativo para todos.

15.—La Liga podría solicitar y es posible que obtuviera, la cooperación de los Gobiernos de países Orientales, productores de Café. Serían muchas otras las labores de importancia para el porvenir del grano, de que pudiera encargarse la Liga, tales como la de obtener rebaja de derechos en los países en donde estos existen. En una palabra, sin ninguno de los inconvenientes que tienen los Monopolios ó Trusts industriales que tan en boga están hoy día, la Liga reuniría en favor de los productores muchas de las

ventajas que para sí adquieren las citadas combinaciones monopolizadoras.

16.—Los gastos de organización de la Liga pueden hacerse con suma muy módica, bastando para subvenir á ellos una pequeña contribución por cada una de las casas ó entidades que entraran á formarla.

Como queda dicho atrás, en el presente escrito sólo se trata de dar una idea general del plan, cuyos pormenores y desarrollo quedan sujetos á cuantas modificaciones y adiciones se hallaren convenientes. Por esto nada se dice aquí de la parte puramente financiera, ó sea de la Administración de los fondos obtenidos y de la propiedad de las instalaciones tostadoras y demás elementos que lleguen á crearse. Lo que aquí se desea simplemente es exponer la idea general á las casas ó entidades que estén en situación de iniciar la Constitución de la Liga.

Londres, marzo 15 de 1899.